国际视野下新媒介研究的沿革与动向

吴小坤 吴信训

内容提要 世界范围内的新媒介研究,自20世 纪60年代后期至今,已经历了40年左右的发 展,成为当前传播学中最热的研究领域。尽管 被认为存在诸多的盲点和问题,相比传统传播 范畴的研究还尚显稚嫩 [1] 但新媒介研究热潮所 产生的强大影响已经有目共睹。自20世纪80年 代中后期,新媒介研究逐渐进入国内学者的视 野,尤其自21世纪以来,新媒介研究在国内迅 速蔓延,成为各个学科共同关注的问题。继 2009 年中国网络传播学会的成立后, 2010 年 《中国新媒体发展报告》 蓝皮书的发布,成为中 国新媒介研究的又一标志性事件。研究热潮背 后,我们有必要静思,新媒介研究在经历了一 段时间的发展后,其学术身份和地位究竟是怎 样的?新媒介研究的未来如何发展?本文在今 天的大环境下对新媒介研究的回顾和思考,从 "新媒介"的概念、新媒介研究的发展进路和国 内外新媒介研究的关注热点三个方面展开,以 期为此一领域的学术定位和未来发展提供参照。

"新媒介"术语的由来[2] 与界定 维度

据迄今的资料显示,"新媒介"一词最早使 用于 1967 年。当时,美国 CBS(哥伦比亚广播 电视网)技术研究所所长,同时也是 NTSC 电视 制式的发明者 P. 戈尔德马克 (P. Goldmark) 发 表了一份关于开发 EVR (电子录像 electronic video recording) 商品的计划,其中第一次提出 了"新媒介"一词。1969年,美国传播政策总 统特别委员会的 E. 罗斯托 (E. Rostow) 在向尼 克松总统提交的报告书中,也多处使用"新媒 介"一词。由此,"新媒介"一词开始在美国社 会上流行,并且这个趋势在不久以后扩展到了

全世界。[3] 我国学者冯昭奎在《新技术革命对日 本经济的影响》中认为 "信息化的发展和新媒 体的出现在 60 年代后半期至 70 年代,日本曾掀 起所谓 '第一次信息化热潮',进入80年代以 来,又掀起了所谓'第二次信息化热潮'。这两 次信息化热潮的出现,反映了在新技术革命中 占有核心位置的电子信息技术的应用日益广泛 和深入。"[4]

不过,有必要指出,在当时人们关注的 "新媒介"的内涵及所指,与今天时代语境中人 们普遍理解的"新媒介"存在着较大的差异。 在我国,不少学界、业界的人士,往往是从互 联网问世,或谓数字技术问世为基本出发点、 支撑点,来诠释"新媒介"。但是,在20世纪 70、80年代,可谓西方发达国家对新媒体热衷 及研究的第一波的时代,互联网的概念尚未问 世。数字技术也仅"小荷才露尖尖角",只在计 算机开发领域逐步推进。当时,在新媒体浪头 风光无限的,却是今天已渐淡出人们时尚话语 的"有线电视"。

当时,在日本、美国,有线电视被誉为 "新媒介的旗手"!

有线电视为何会被誉为 "新媒介的旗手"?

众所周知,有线电视早在1949年就问世了。 当时,在美国,电视广播得到一定的发展,但 在费城西面的一个山村, 电视机生意却很萧条。 其原因是受到阿巴拉契安山的阻隔,来自费城 的电视信号很糟糕。这个山村的电视机销售商 就在山上架设了大天线,用以接收来自费城的 电视信号,然后,再通过专门铺设的同轴电缆, 把电视信号传送到人们家中的电视机。果然, 这样一来,电视信号差的问题迎刃而解,受到 用户的欢迎,突破了电视机销售的瓶颈。由此, 有线电视宣告诞生。这就是世界上最早的有线

电视台。由此可见,有线电视问世的起因,是 旨在解决收视难的问题。其主要的传播形态和 功能,是将本地区能接收到的电视电波经过中 继站的有线电视电缆,再传送到不能接受或难 以接受无线电波的山间腹地等地区。[5]

但是,到了20世纪70、80年代,有线电视 被誉为"新媒介旗手"的时代,随着信息技术 (包括电视技术) 的发展,有线电视不仅能解决 收视难的问题,还能通过同轴电缆或光纤电缆 网络,使电视台与用户之间形成双向交流功能, 实现高度的丰富多彩的生活、通讯等服务。比 如,网上家庭看病、网上家庭购物、网上水表 电表查看缴费等。无疑,这时的有线电视,实 质上已经是对即存的电视媒介在传统技术与功 能上实现了某种质的超越,由此获得了"新媒 介"的特质。而且,这种"质的超越"还格外 具有前所未有的意义和价值,所以,它被誉为 "新媒介的旗手"。

同时代,在西方传播界,被列入"新媒介" 的还有: 高清晰度电视、图文电视、电脑通讯 系统、高度信息通信系统、广播卫星、通信卫 星等。

"新媒介"是个变动中的概念目前已成为共 识。美国学者斯科特在《新媒介研究》中提出: "新媒介能新多久?"的问题。[6] 吴信训早在 1994 年的论著《世界大众传播新潮》中指出 "从传 播史的角度来看,新媒介与'旧媒介'也可以 说是世事沧桑必然的推陈出新的相对概念。"[7] 并为新媒介诠释了一个概念 "新媒介是以全新 的技术实现既往未有的传播功能,或对既存媒 介在传统技术与功能上实现了某种质的超越的 媒介。"[8]

"新媒介"是个具有相对性的概念。这一观 点后来几经演绎和拓展,成为新媒介研究者阐 释"新媒介"及其相关问题的基本论点。比如, 我国学者肖泉在《对数字新媒体发展的一点思 考》一文中在对"数字新媒介"界定时指出: "什么是'数字新媒体'? 当电视出现的时候, 我们说电视是新媒体: 当网络出现的时候,我 们又说网络是新媒体。今天我们讨论的新媒体 是在数字技术的支持下出现的新的传播电视的 媒体形式,如IP电视、手机电视、卫星移动电 视、网络电视等,这是值得我们注意的新媒

体。"[9]熊澄宇也说 "新媒体是个相对的概念; 新相对于旧而言,相对于报纸,广播是新媒体; 相对于广播,电视是新媒体:相对于电视,今 天的网络又是新媒体。当然,在一定的时段之 内,新媒体的内涵有其相对的稳定性,如印刷 媒体、电子媒体到数字媒体。今天的新媒体主 要指: 在计算机信息处理技术基础上产生和影 响的媒体形态,包括在线的网络媒体和离线的 其他数字媒体形式。"[10]在谈到"相对性"的问 题时,学者们一致认同新媒介区别于传统媒介 并不在于时间的先后,而在于传播技术方式和 内容形态的差异。蒋宏等学者在 2006 年出版的 《新媒体导论》中试图从内涵和外延给出"新媒 介"更为具体化的界定 "就其内涵而言,新媒 体是指20世纪后期在世界科学技术发生巨大进 步的背景下,在社会信息传播领域出现的建立 在数字技术基础上的能使传播信息大大扩展、 传播速度大大加快、传播方式大大丰富的与传 统媒体迥然相异的新型媒体。就其外延而言, 新媒体主要包括光纤电缆通信网、都市型双向 传播有线电视网、图文电视、电子计算机通信 网、大型电脑数据库通信系统、通信卫星和卫 星直播电视系统、高清晰电视、互联网、手机 短信和多媒体信息的互动平台、多媒体技术以 及利用数字技术播放的广播网等等。"[11] 总的来 看,我国21世纪初期的新媒介研究,在对"新 媒介"概念及内涵的讨论中,一般比较注意以 技术和功能的考量为出发点。

国外的研究者对"新媒介"内涵的阐释更 多是从"新媒介"的形式与文化、社会和人等 因素之间的关系,以及新媒介所带来的变革和 影响出发。20世纪90年代初期,美国新媒介研 究者所关注的出发点在于新媒介对生产和消费 所带来的变革,以及媒介与人之间的关系。罗 素·纽曼(W. Russell Neuman)在其发表于 1991年的论文中认为"新媒介"具有同经济和 社会权力对抗的技术能力,他预见"新媒介" 能够: 改变地理空间的意义: 使人们之间的交 流大大增加: 提供高速传播的可能: 提供交互 传播的机会; 以及创造传播的新模式。[12] 纽曼所 预见的这些可能性引起了美国学者们的注意, 如 Douglas Kellner、Callum Rymer、James Bohman 等研究者随后展开了对以互联网为主体的新媒

介的研究,关注新媒介的社会影响,以及其对 后现代社会公共空间中的民主模式所带来的冲 击等问题。学者们从技术、形式、理论框架等 不同层面尝试给"新媒介"一个合适的界定。 Wardrip - Fruin 和 Montfort 在 2003 年出版的 《新 媒介读者》中,从八个层面对"新媒介"的描 述颇具代表性: ①新媒介区别于网络文化: 网 络文化是关于各种与互联网相关的社会现象的 研究,如博客、在线游戏等,而新媒介研究更 多涉及文化主体和范式,如数字电视、iPhone 等。②新媒介是使用数字和计算机技术进行发 布和展示的文化产物,对其进行界定的问题主 要在干概念需要随时更新, 当大多数的文化样 式都可以通过计算机发布的时候,"新媒介"也 就不再"新"了。③新媒介是能够软件支配的 数字资料库。④新媒介是现行文化规则和软件 规则的混合体。⑤新媒介总是伴随着新的现代 传播技术而出现。⑥新媒介总是通过其他技术 加速改造已有的规则系统,如计算机数字技术 是利用新技术对原有算术系统的改造。⑦新媒 介是现代主义先锋的编码。新媒介先锋是获取 和使用信息的新方式,如超媒体、数据库和搜 索引擎等,通过这些技术将现代主义美学通过 再编码构造后现代主义美学。 ⑧新媒介类似于 二战后艺术和现代计算机技术的结合,这意味 着新媒介的规则系统并非仅仅依靠技术,而是 受人掌控的。Wardrip - Fruin 和 Montfort 的描述 反映了美国学者对"新媒介"的界定是从技术、 文化和过程三个视角同时进行的,不仅关注新 媒介作为一种新生事物的特征,而且关注与新 媒介相关的文化和社会变化。类似的,21世纪 初 Flew 在《新媒介导论》中也指出,新媒介技 术演进的结果导致了全球化。通过电子传播技 术,世界上不同地方的人们之间的距离被大大 缩短。[13] Croteau 和 Hoynes 也阐释道 "新媒介 迅速打破了物理空间和社会空间之间的关联, 使地理位置对社会关系来说变得不那么重 要了。"[14]

尽管在为"新媒介"下定义时的关注点有 所不同,但在经历了一段时间的发展之后,世 界范围的新媒介研究可谓殊途同归。新媒介所 带来的社会变革受到前所未有的关注。透过新 媒介与文化和社会变革之间的关系理解 "新媒

介"的路径,为国外学者,尤其是美国新媒介 研究者的理论研究提供了思路。自20世纪60年 代以后,基于新传播技术的理论研究相继发表, 新媒介研究的学术阵地逐渐形成,新媒介研究 方法不断创新: 这些,让新媒介研究在20世纪 90 年代中期以后的传播学研究中占据重要地位。

二、"新媒介"研究的理论演迁

尽管在1960年代以后,"新媒介"一词开 始广泛使用,但是新媒介研究却没能同步。根 据 Gumpert 和 Drucker 的研究, "即使在 Berlo 的 《传播的进程:理论和实践导论》(1960)中, 也几乎没有提到新的媒介技术和传播过程之间 的关系"[15]。他们的观点得到一些学者的赞同, Lievrouw 和 Ruben 进而认为,在20世纪后期, 传播研究遇到了前所未有的瓶颈,需要新的研 究框架来理解,与新媒介技术相关的传播和文 化现象尤其如此。[16]在这样的背景下,传播理论 不得不开始纳入新的媒介和传播技术要素,传 播理论的发展趋于与新媒介环境向适应的方向 发展。

(一) 媒介传播理论的"新媒介"转向

20 世纪 70 年代后传播理论开始出现了新媒 介转向,这与20世纪60、70年代计算机、电子 通信和信息恢复系统等新媒介技术的产生密不 可分。起初很少有传播研究者对新的技术投入 关注,但随着电话、无线通讯、计算机网络的 发展,新技术所带来的变革性影响,传播研究 的理论框架和研究路径都受到不同程度的挑战。 新的数字技术与传统媒介的融合成为许多传播 学者关注的重点,围绕传统的传播理论和新媒 介环境的研究方法,产生了诸多讨论。[17]主要的 体现如,基于对20世纪50-60年代信息传播理 论的线型模式的批判。有学者认为,线型模式 的传播理论在大众传播媒介和受众之间设立了 一种 "简单二分法"。[18] 该 "二分法"由于赋予 大众传播渠道线型和单向的静态特征而受到戈 尔丁、默多克等文化传播学者的广泛批评。对 线型传播模式的批评,在很大程度上是由于学 者们开始认识到大众传媒的受众具有选择性和 主动性的特征,而媒介本身也处在复杂的网络 关系之中。

在传统的传播理论中,媒介决定论与媒介

扩散论是重要的研究框架。伴随新媒介建构出 新的信息环境,有学者呼吁对媒介决定论框架 下的理论进行反思,认为在新的媒介语境下, 原有的理论在很大程度上具有局限性。[19]

20 世纪60 年代,罗杰斯把创新扩散定义为 "一定时间,通过一定渠道,在一个社会系统的 成员中的传播"。[20] 大约 20 年后,罗杰斯重新审 视自己的理论时,认为该理论与数学信息理论 的关联过于紧密,而存在忽略社会环境的问题。 于是,他认为应将传播重新定义为"参与者与 其他人共同创造并共享信息以达到相互理解的 趋同过程",并主张以"传播网络分析"取代以 前的扩散模式。罗杰斯将这种新模式看作是一 种横向的传播模式,区别于创新扩散所依赖的 使用重型设备的集中化媒介系统的垂直式的劝 服模式。如录像机、个人计算机等轻型传播技 术的出现,证实了罗杰斯所描述的横向传播模 式时代的到来。20世纪80年代,两位法国社会 学家布鲁诺・拉图尔和米歇尔・卡隆建立了一 门科学技术人类学,把网络概念置于理论结构 的中心, 拒斥主化扩散模式, 而赞同一种"转 化"或社会 – 技术建构模式。[21]

到了20世纪90年代,又一种"新受众研 究"[22] 开始尝试在"权力的媒介"和"权力的 受众"之间揭示新的发现。基于互联网所带来 的重构人际与社会关系的种种便捷优势,传播 研究学者开始对新媒介与人之间的关系研究投 入更大的兴趣,媒介开始被认为是"散播"或 "镶嵌"在人们的日常生活中。[23]在这样的背景 下,创新扩散理论在新媒介背景下的传播研究 中得到应用。该理论下的扩散和社会网络分析 被广泛应用于研究组织或群体对新媒介技术的 使用和接受。尽管创新扩散理论在后来的文化 传播研究中受到了持续的批判,认为其中存在 不少偏见,但学者们对创新理论总体上还是持 乐观态度,并在21世纪以后的新媒介与受众关 系研究中将其进一步拓展。[24]

功能主义社会学在20世纪70年代开始对受 众和接受行为的人种学研究,这类研究被称为 "使用与满足"研究。使用与满足理论研究"人 们用媒介做什么?"的问题,是20世纪70、80 年代最具影响的媒介理论之一。[25] 20 世纪 80 年 代,使用与满足学派发展出了一套"协商式阅

读" (negotiated reading) 概念,即意义和效果不 再通过文本与受众的假定角色之间生成互动。 解码被解释为与受众的参与程度相关,参与程 度则取决于各种文化对接受者角色的建构方 式。[26] 根据卡茨的解释,该理论尝试取代有限效 果理论,尤其是扩散理论和议程设置研究。它 强调受众具有主动性,能依照自己的需求和目 的选择使用媒介和获取媒介内容,这种"需求" 和 "使用"或许是仪式化或工具性的,但传统 理论观念中的大众传媒的地位却因此得到修正 的解释。当然,该理论也因为过于强调受众的 能动性、个体性和目的性而同时受到过质疑与 批评。期待价值理论(expectancy - value theory) 和媒介依赖理论都是针对此问题的理论。[27] 尽管 如此,使用与满足理论仍作为一个重要的传播 理论在互联网时代的新媒介研究中被沿用。此 外,同样基于受众立场,但也还具特色的另一 理论范式是受众接受研究,尤其强调受众主动 接受信息、使用和感知媒介的研究视角。[28]该研 究理论反对将受众看作无差异的信息接收群体, 并借鉴读者反馈理论,将媒介系统和内容看作 是能够被受众分享和阐释的"文本"。随着新媒 介在社会生活中更为普遍的使用,使以前受众 研究能够被"测量"的状态由于大量未知的受 众变得难以捉摸,这对当代控制论的合理性提 出了进一步的疑问。这种理论的质疑也从另一 方面推动了计算机化和个人、群体数据库的建 立等研究技术的不断完善。

随着世界经济变迁以及实时数据传输技术 网络的兴起,自20世纪80年代以后,"全球 化"概念广泛使用。公司的大集团化和多媒体 的使用共同促进了信息朝向 "一种趋同的共性" 方向发展。传播技术成为这一潮流中的重要动 力。很多传播研究都是以"信息技术霸权"为 背景展开的。如渥太华大学的传播学教授皮埃 尔・利维在其 《信息的技术》 一书中希望 "数 字可塑性"催生新的写作方式,并相信"集合 智慧"的诞生。他认为后媒介时代"信息高速 公路"为最后的传播乌托邦"实时民主"奠定 了基础。[29]还有一些学者开始探讨新的信息和传 播技术与知识分布之间的关联将会带来怎样的 社会结果。新媒介和信息技术的发展在很大程 度上催生了全球化理论对信息与社会进步、人 类发展之间的关注,"知沟理论"、"知识劳工" 研究等应运而生。

(二) 基于"新媒介"研究的理论关注点 20 世纪80年代至90年代数字媒介和信息 传播新技术在传播领域的引入,促使传播理论 基于新媒介的概念形成了如下理论关注:

1. 对信息传播功效提升的研究

20 世纪 70 年代,主要工业国家出现了一系 列有关未来"信息社会"的官方报告。1979年, 法国学者西蒙・诺拉和阿兰・明茨发表了《社 会计算机》(LInformatisation de la Société) 报 告,该报告提出了"信息通讯业务",并以此来 描述计算机和电信行业日益增强的相互渗透。 他们认为,新的信息和通信技术将提供解决经 济和政治危机的方案,这些危机都可以被称为 "文明的危机"。他们相信,"新的全球社会管理 模式"可以作为"组织和社会整体的神经系 统', '再现一个扩展的现代国家多个维度的信 息市场",并能促进市民社会的蓬勃发展。阿芒 • 马特拉在研究传播现象时认为,在 20 世纪 70 年代,传播概念的内涵逐渐发生了变化,传播 不再以媒介为中心,而成为一个包括多种建设 "新社会"的技术的总体性概念。[30]

对新技术及其功效(战略性作用)的关注 是新媒介研究的一个重心,对技术前沿的关注 以及技术所能创造的可能性的设想,是将不同 领域学者联系在一起的一个关键因素。对新媒 介技术导向的强调在新媒介相关研究中占重要 地位,对技术背后的传播过程、模式、关系和 效果的研究,则揭示出技术发展背后的更深层 面的内容。

传播效果研究是传播学研究中一个非常重 要的内容。在新媒介的影响下,传播效果研究 的基础理论不断应用于新媒介研究并得到理论 的发展。比如: 反映解释媒介传播信息的能力 的 "媒介丰富理论"[31] 被用来解释传统传播媒 介与新媒介之间由于信息维度差异而产生的信 息丰富性差异。而在媒介丰富理论的基础上发 展起来的"渠道拓展理论"[32],认为个人经验 会影响他们对某种媒介渠道的丰富度感知,与 媒介丰富理论对媒介丰富度如何影响人们的媒 介选择和使用不同,该理论关注人们的媒介丰 富度感知是如何形成的。

前面提到过的使用与满足理论被用于新媒 介的受众选择研究[33]、家用计算机的个人使用 研究[34],以及在线政治信息的理解研究[35]。还 有一些研究将创新扩散理论用来研究新技术对 用户态度、价值观、行为和理解的影响,或是 信息科技对组织结构、工作方式等的影响。媒 介政策研究也在媒介产业结构和规制,媒介从 业人员,以及媒介经济发展的研究过程中,将 新媒介作为一个重要因素纳入其中。

创新扩散理论和社会网络分析方法还被用 来分析新技术的传播,以及互联网用户的社会 化程度测量。[36]此外,罗杰·斯维尔斯通(Roger Silverstone) 等学者提出的"涵化理论"(domestication theory) 也被应用干新媒介功能和效 果的研究。[37] 该理论阐释了人们在日常生活和实 践中消费和使用新媒介技术的方式,以及这些 使用是如何影响新媒介技术的发展的。在"涵 化理论"框架下的新媒介研究将家庭视为小型 的个体、实践、意义和目的的网络单位,并从 人类学中借鉴方法,对新媒介技术的影响进行 长期跟踪研究。

2. 对新媒介重新建构信息传播规律的研究

随着"多维网络"、"元数据"、"多传播" 等也成为传播实践与理论环境中的新风景线, 新技术、行为渠道和用户之间的复杂互动关系 成为新媒介研究的又一个重要范畴。在新媒介 环境下,人们怎样使用多种媒介,在多种媒介 模式中进行选择和切换,使用新媒介进行传播 的过程变化等,成为21世纪的研究者们更为关 注的问题。如学者 Scott 所言,对新媒介研究来 说,学者们无论如何追赶,也赶不上业界技术 创新的步伐。[38]在这样的背景下,基于新媒介发 展的理论更趋向于发现新媒介对信息传播规律 如何重新建构。代表性的理论如:

①在场理论。以社会在场程度为标准对不 同的传播媒介进行区分的 "在场理论",其中, 针对面对面的"社会在场"和虚拟空间的"电 信在场"展开实证性比较研究。[39]该理论对后来 的网络传播研究产生了深远的影响,被作为网 络传播研究的奠基理论之一。随着新技术的创 新发展,由于SMS、QQ和网络聊天室的持续在 线技术的普及, "在场"理论得到进一步检验和 发展,比如使用"关联性在场"(connected

presence) 的新概念来描述人们通过新媒介同他 人联系和交流的状态。[40]

②社会信息处理理论。用于解释网络人及 传播的"社会信息处理理论"[41]认为,虽然网 络人际互动缺乏面对面交流中的非语言符号, 但人们可以通过表情符号等其他方式来表达或 解读信息,从而减少人际间的不确定性,形成 印象并建立关系。

③超人际互动理论。"超人际互动理论"[42] 认为,网络人际互动所形成的关系强度有时会 超过面对面的人际沟通,该理论建立在人际互 动理论的基础上,认为网络传播能够给人们提 供更有效地进行选择性自我呈现的条件,从而 能够塑造更好的自我形象。该理论在后来关于 开心网、虚拟社区等的研究中得到广泛应用。

进入21世纪以后,尤其是数字媒介等新的 互动媒介在社会、文化研究领域产生更为重要 的影响。越来越多的学者投入到这一领域的研 究之中,有关新媒介的研究更加蓬勃发展,不 仅全球化理论因此得到新的发展,而且应运而 生了许多与新的数字媒介传播规律相关的时代 特色流行概念,如"自媒体"、"碎片化"等等。

3. 有关新媒介对社会建构作用的研究

关于新媒介对社会建构的研究是目前国内 外学者都关注的重要问题,这一关注从更深层 面上促进了新媒介的研究和理论建构。伴随新 媒介对社会生活日益深刻的影响,尤其是生发 于网络虚拟空间中的群体性事件与现实社会中 群体性事件的强烈互动,及其对国家和社会治 理带来的强烈震动,促使研究者在社会和文化 的范畴研究新媒介所带来的社会变革、人们生 活方式的变化、行为的改变,网络空间中群体 组织的构成与集体行动的特征、规律等问题。

研究者关注网上聊天室中的物质和符号双 重属性,并建构"行动者网络理论"来解释网 络空间的人、物质与符号之间的关系是如何形 成的。

一些学者基干虚拟空间社群和其他一些新 生形式,将符号互动理论、社会建构理论等引 入传播和媒介研究范畴。被应用于网络社会身 份认同和网络群体暴力研究的 "社会身份和去 个性化理论"[43]认为,网络的去个性化操作会令 处于群体中的个体从自我认同转向社会认同,

最终使个体表现符合群体规则行为。而当个体 有高社会认同或低个人认同时,网络传播的匿 名性并没有像人们预期的那样将个体从群体中 分离,与之相反,群体对个体的影响却更加剧, 产生群体规则、群体吸引、群体刻板印象等 效果。

在英国社会学家吉登斯的结构化基础上发 展出的"适应性结构理论"[4],是有关信息技 术在组织中应用的理论。该理论主要分析组织 中团体决策支持系统的使用过程和效果,其研 究重点在于探讨技术应用如何受到组织结构的 影响,以及组织成员如何适应技术系统等问题。 此外,如"网络社会理论"[45]、"社会网络理 论"[46]、"行为人网络理论"[47]等,也都代表了 新媒介研究在该领域的理论探索。

还有一些新媒介研究者反对技术决定论在 传统大众媒介领域和新媒介领域不加区别的使 用,干是对技术决定论以及科学技术领域中的 相关概念展开批评。在这一过程中,科学技术 研究范畴中的"互为实现"(mutual - shaping) 的理论观念成为新媒介研究中的重要概念,即 社会和技术在人们的日常生活和实践活动中相 互关联并互为决定。[48]

除此之外,还出现了许多有关人们日常媒 介使用、媒介互动、媒介内容等的定量研究成 果。一些传播学者从人类学、社会学和语言学 中借鉴了研究方法,将之用于新媒介文化研究 等领域,如将话语分析和人种学理论用于互联 网和电子通信领域的交流研究等。

"新媒介"研究的学术地位建构

尽管新媒介研究起步较晚,又往往是依托 于各个学科的研究基础之上,尚难形成一个独 立的学科。但是,随着新媒介对社会生活各个 方面影响重要性的不断加深,人们对其研究的 广度与深度的不断积累,甚至可以说是迅速的 扩展,新媒介研究已逐步建构起了其学术身份 和学术地位,主要体现在新媒介研究领域的话 语阵地、专业团体和机构,以及学科建设方面。

(一) "新媒介"研究的话语阵地不断扩大 衡量一个研究领域是否形成的一个重要标 志之一,就是看该领域是否有一个标志性的学 术刊物作为其研究发表的阵地。研究者们通常

认为,1995年6月创刊于美国的《网络传播学 | Journal of Computer - Mediated Communication) 为该领域的专门研究提供了这样的标志性 阵地; 该刊于 2004 年成为国际传播学会的官方 刊物之一,并已被 PsychInfo、ERIC、ISI 社会科 学索引等多种权威索引收录。

随着新媒介研究学术地位的提升, 越来越 多的的高水平学术刊物成为新媒介研究成果发 表的专门平台。如在美国、英国就出版有以下 刊物 《新媒介与社会》(New Media & Society)、 《新媒介与文化》(the Journal of New Media and Culture、《融合:新媒介技术国际学刊》(Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies 、《新媒介与电视》(Television & New Media)、《杂志与新媒介研究》 (Journal of Magazine & New Media Research) 《信息技术学刊》(Journal of Information Technology)、《信息系统学刊》(Information Systems Journal 、《信息技术与信息理论:关于新技术 社会影响的跨学科学刊》(Telematics and Informatics: An Interdisciplinary Journal on the Social Impacts of New Technologies) 等等。此外,新媒 介领域的相关研究也越来越多地在新闻传播学 高水平的刊物上发表。如 《全球媒介学刊》 (Global Media Journal)、《传播学刊》(Journal of Communication)、《国际传播学刊》(Journal of International Communication)、《媒介实践学刊》 (Journal of Media Practice)、《传播、文化与批 评》(Communication, Culture & Critique)、《广 告研究学刊》(Journal of Advertising Research)、 《国际传播观察》(International Communication Gazette) 等,近年来都对新媒介研究有相当的 关注。

在我国,《中国数字电视》、《新闻与传播研 究》、《世界广播电视》、《网络传播》、《中国传 媒科技》、《新闻爱好者》、《新闻知识》、《电视 研究》、《国际新闻界》、《当代传播》、《现代传 播》、《中国广播电视学刊》、《中国出版》、《出 版发行研究》、《媒介》等也都开设了"新媒体" 或"网络媒体"专栏,定期发表新媒介相关的 前沿研究。2010年12月, 笔者使用 Ebsco - host 数据库以"new media"作为关键词进行全文检 索,在2000年至2010年,共检索到全文文献 1113106条,其中期刊论文 34322条,仅 2009 年至2010年的期刊论文检索就有7180条。这 些,都显示并进一步促进了学者们对新媒介展 开不同的层面的大量研究。

除了学术期刊外,近年来新媒介相关的研 究著作也大量出版。根据以"新媒体/介"为关 键词对美国亚马逊图书网收录图书的搜索统计, 共显示 202228 条结果。其中, 2008 年与新媒介 主题直接关联的出版物为 14373 种, 2009 年为 15471 种, 2010 年为 13408 种。这些研究著作集 中关注新媒介的发展态势[49]、社会媒介与媒介 交往[50]、新媒介与当代艺术[51]、新媒介产业经 营与管理[52]、新媒介与社会文化发展[53]等主 题,并从不同国家和地区、不同媒介领域、不 同历史发展阶段等诸多层面对新媒介进行了深 入具体的研究。从数量上看,在新媒介研究蓬 勃发展的国际趋势下,近年来我国的新媒介研 究著作也有较大的增长。以"新媒体"或"新 媒介"作为关键词在国内最大的两大图书网上 进行的检索显示,当当图书网上有212条相关项 目,卓越图书网上有567条相关项目。其中,有 翻译国外的作品[54],更多的是我国学者的研究 成果[55]。此外,一些定期出版的辑刊,如《世 界传媒产业评论》(吴信训主编,中国国际广播 出版社、《中国网络传播研究》(杜俊飞主编, 浙江大学出版社) 等也都是集中反映新媒介领 域的最新研究状况的前沿丛书。

很多研究期刊和辑刊现在都有网络版,有 利于新媒介领域的研究成果产生更广泛的影响。 国内外的许多传媒研究学术网站[56] 也往往设有 新媒介专栏,集中反映新媒介研究领域的最新 成果。尤其值得一提的是日本的"技术在线" 网站,该网站对世界范围内新媒介领域的最新 动态进行分类实时关注,虽称不上学术研究, 但能够为新媒介研究学者和关心者提供很好的 动态参考。

新媒介研究的专著、译著、论文和学术网 站的大量涌现。自20世纪90年代起,有关新媒 介的国外前沿著作开始被介绍至国内,如1996 年翻译出版的尼葛洛庞帝的 《数字化生存》(海 南出版社) 和比尔・盖茨的 《未来之路》(北京 大学出版社),1998年翻译出版的艾瑟·戴森的 ②.0版数字化时代的生活设计》(海南出版 社),1999年翻译出版的唐·泰普斯科特的《数 字化成长——网络时代的崛起》(东北财经大学 出版社) 等等。21 世纪以后,相关译著更是如 雨后春笋般地为新媒介研究开辟国际视野。如 清华大学出版社翻译出版的一套传播学译丛就 包含了《新媒介与创新思维》、《消失的地域: 电子媒介对社会行为的影响》、《软边缘: 信息 革命的历史与未来》以及《数字媒体: 技术与 应用》等关于新媒介的研究。自 1984 年以来, 我国的一些研究者陆续围绕新的媒介技术变革 发表了一系列的看法。根据目前可查询到最早 的数据资料,1984年6月的《世界知识》上刊 登的《围绕新技术革命的日本政界动向》(朱建 荣)中,谈到了新媒介的发展给日本带来的围 绕新技术革命领导权的明争暗斗问题。1986 刊 登在《国外社会科学》的《新媒介和决策过 程》,该文比较明晰地预见了新媒介对决策过程 的影响,认为"如果能够实现共用天线电视系 统(CATV)、字符图形电话呼叫信息网络,以 多种文字广播为代表的新媒介和以不同机种的 计算机通信为基础的高度信息通信系统(INS), 社会面貌就会发生很大变化,政治的决策过程 也不得不做相应该变"。[57] 1991 年,《日美新媒 体争夺战》详细介绍了美国和日本在经历了第 三次浪潮后的新媒体发展状况,等等。1994年, 朱光烈在《北京广播学院学报》(第2期)上发 表《我们将化为泡沫——信息高速公路将给我 们带来什么?》一文,对信息高速公路与未来传 播的发展做了大胆预测,提出了现存媒介将化 为乌有,专业新闻工作者将化为泡沫的观点, 引起了很大争议。[58] 同年,国内出现了第一本以 新媒介为主要研究对象的专著 《世界大众传播 新潮》[59]。该书较为具体地论述了从新闻学到社 会信息学的理论思路、新媒介的特征、产生背 景及现实应用、国外当时作为新媒介的有线电 视、卫星广播和卫星电视、电脑通信,以及太 平洋信息圈的信息交流情况等: 涉及到对传播 秩序、传播模式、受众媒介使用等问题的研究, 并提出了对传播中的媒介生态和媒介伦理等问 题的关注。又如,1997年出版的《网络为主》、 《无往不胜》和《网络文化丛书》, 1999 年出版 的《透视网络时代丛书》等都是较早研究新媒 介的国内专著。

国家社科基金项目对这一新兴领域也极为 重视,自1996年的《多媒体技术与新闻传播》 项目以来,几乎每一年都有相关课题,近年来 新媒介相关课题更是备受重视。鉴于新媒介研 究产学研关系紧密的特点,国家和各个地区的 新媒体产业基地与高校科研的多方位结合也为 新媒介理论和实务研究提供了更为宽广的话语 **阵**批。

(二) "新媒介"研究专业学术团体和研究 机构相继成立

从世界范围来看,新媒介研究已成为传播 学科专业学术组织中设立的重要研究领域之一。 "传播与技术"是成立于 1950 年的国际传播学 会(ICA)的24个分支中最重要的组成之一。 该学会的另外一些分支,如"未成年人与媒 介"、"传播法律法规"、"游戏研究"、"信息系 统研究'、"跨文化传播'、"组织传播'、"人际 传播'、"视觉传播研究"领域中,新媒介主题 也都占据重要地位。很多综合性的传播学会, 如美国新闻与大众传播学会(AEJMC)、美国传 播学会(NCA)、中国传播学会(CAC)、加拿 大传播学会 (CCA)、媒介传播学会 (MCA) 等,都设有与新媒介相关的分会,并且这些新 传播技术相关的分会组织正在不断扩大。这些 对于新媒介研究在整个传播学研究领域中地位 的奠定具有重要意义。

此外,一些以新媒介为研究主体的协会和 学会也相继成立。如: 1992 年成立的国际互联 网社团(ISOC)就强调了新媒介未来的研究和 教育发展: 1994 年成立的美国互联网产业协会 (USIIA) 是北美贸易组织为网络商务组成的专 门协会,为互联网产业政策和网络贸易研究提 供了平台; 2000 年成立的互联网研究学会 (AIR),由来自全球不同学科的研究者组成,为 推动互联网研究的跨学科发展做出了重要贡献; 成立于 2004 年的印度网络与移动终端协会(IA-MAI) 致力干通过产业和数据调研,推动数字经 济,为印度的新媒介产业研究提供交流的平台; 日本互联网协会(IA - Japan)成立于2001年, 由227个互联网相关的组织和个人组成。事实 上,自21世纪以来,世界上的很多国家都成立 有互联网协会,这些协会的活动和成果发布为 新媒介研究的广泛开展提供了有利条件。国际

互联网研究学会和一些国家的互联网研究学会 都会定期组织学术研讨会,并且将会议的优秀 论文结集出版,比如互联网研究学会主办的每 年一度的互联网研究会议,就会将年会论文通 过《信息、传播与社会学刊》(Journal of Information , Communication &. Society) 专刊出版, 同时组织出版 《互联网研究年报》(Internet Annual Report) o

2008年11月,由南京大学、北京大学、清 华大学、中国人民大学、复旦大学、上海大学、 华中科技大学、中国传媒大学、暨南大学、厦 门大学、武汉大学、浙江大学等国内一批优秀 高校专业科研机构共同发起成立了中国网络传 播学会。除此之外,我国新闻传播领域的学术 组织及其现行召开的许多学术研讨会上,新媒 介相关研究领域都成为一个重要的分支。比如, 中国传媒经济与管理学会所设的领域中,新媒 介研究就是其中的重要部分。以"新媒体"为 主题的各类学术研讨会议也日渐增多。

"新媒介"研究的学科建设不断发展

目前,很多国内外的新闻传播学院都开设 有新媒介相关课程,其中一些还特别开设有新 媒介或网络传播方向。比如,在哥伦比亚大学 新闻学院,新媒介就是其理学硕士学位的四大 专业方向之一。该专业的学习要求学生将传统 新闻学和各种在线工具结合起来,并且为了让 学生能够始终了解新媒介发展的最新情况,学 院经常请许多新媒介领域的杰出从业者来给学 生讲最新的业界动态、技能要求和各种新知 识。[60] 密苏里大学新闻学院十分强调新媒介的学 习和实践,本科课程中就开设有媒介融合方向。 媒介融合课程始终强调在一个各类媒体高度融 合的平台——网络环境下做在线新闻,要求学 生对摄像机、照相机、录音技术、网络技术等 有全面的掌握,并在实践中植入新闻理念。[61] 澳 大利亚昆士兰大学新闻与传播学院的传播学专 业也设有新媒体传播方向,课程包括新媒体写 作和编辑技巧、多媒体设计和网页制作,声音、 影像和互动媒体、数码信息制作和传播等。[62] 此 外,如澳大利亚的麦克里大学、皇家墨尔本理 工大学,加拿大的西蒙弗雷泽大学,法国的巴 黎第八大学等诸多国际知名高校的新闻传播学 院都开设有新媒体、多媒体、超媒体或媒介融

合专业方向。

还有很多大学建立了新媒介相关的研究中 心,如:斯坦福大学设有"人类与交互媒介传 播研究室"和"虚拟人类交互实验室",以传播 学、社会学和心理学等跨学科的视角对虚拟现 实及多维界面等进行深入研究。[63] 牛津大学下设 互联网研究中心,主要针对网络虚拟环境展开 实验的和量化的研究,并每年出版《英国互联 网调查报告》,目前在新媒介研究领域已产生了 一定影响。日本的东京大学以"信息"和"传 媒"为两个核心元素,将有关文理学科加以整 合,成立了"信息学环·学际信息学府"。信息 学环拥有媒介技术、远程教育、生命信息等领 域的专业知识,并干社会信息研究的各领域交 叉渗透,是一个具有前沿性的学术组织。[64] 此 外,英国的利兹大学、美国的佐治亚大学等诸 多院校都特别设立了新媒介研究中心,美国、 印度、爱尔兰等国家的政府部门还参与创建了 独立于高校外的新媒介研究所。[65]

值得一提的还有软件技术大国印度,其新 媒介产业与新媒介教育的深入渗透和创新模式 在世界上居于领先地位。目前,印度在近3000 所中学、1000多所大专院校开设不同层次的信 息技术专业课程,并依靠民办和私营机构以及 软件企业实行人才的整体培训。[66]

从国内的情况来看,在中共中央办公厅转 发《中央宣传部、中央对外宣传办公室关于加 强国际互联网络新闻宣传工作的意见》(中办发 (1999) 33号) 通知中,专门指出:要在有条 件的大学新闻系科开设互联网新闻课程,培养 专门人才。在国内高校中较早关注新媒体教育 的如华中科技大学新闻与信息传播学院,于 1998 年 4 月集纳全校与信息传播相关的单位和 人员成立新型学院,实行人文社科与电信、计 算机等工科大跨度交叉的特色办学。创建于 1999年的汕头大学新闻传播系,由曾任日本东 京大学新闻研究所暨东京大学社会信息研究所 客座研究员,并亲历了东京大学新闻研究所演 进为东京大学社会信息研究所换牌仪式的吴信 训教授领衔创建,引进了"新闻学——大众传 播学——社会信息学"这一学科发展理念,致 力于运用数字化传播科技手段,整合全校与信 息传播相关的单位和人员(如,整合校电视台、

校报、电化教育中心、校宣传部,建立院级管理实体"新闻传播与现代教育技术中心",同时与计算机中心密切联动,在国内较早探索实现建构了校园有线电视网与互联网融合的平台的,在此基础上推进学科建设,融合新媒体与传统媒体优势,培养学生多元信息传播的能力,形成学科特色与优势。时任国务院副总理的李岚清、教育部部长陈至立都曾亲临前往该系视察。[67]人才的培养和学科的建设为新媒介未来的研究储备了研究梯队和群体。目前,国内很多高校的新闻与传播学科都开设有新媒介和媒介融合方面的课程,新媒介研究也成为新闻传播专业硕士和博士研究生的一个重要研究方向,比如上海大学于 2010 年起开始招收新媒介方向的博士研究生。

作者:上海大学文科发展研究院院长,教授, 博士生导师

上海大学影视学院讲师,博士

注释

- [1] 参见: S. C. D' Urso. The Past, Present, and Future of Human Communication and Technology Research: An Introduction. *Journal of Computer Mediated Communication*, 2009 (3): 708 713.
- [2] 其中部分内容参见吴小坤 《中外"新媒介"研究综述》,吴信训主编,《世界传媒产业评论》,2008(1),3-21页。
- [3] 参蒋宏、徐剑主编 《新媒体导论》, 上海交通 大学出版社, 2006年, 12页。
- [4] 冯昭奎(中国社会科学院日本研究所:《新技术革命对日本经济的影响》,《机械与电子》1986 (5)。
- [5] 吴信训 《世界大众传播新潮》,四川人民出版 社,1994年,44-45页。
- [6] Scott Rettberg, Introduction: New Media Studies, American Review, March – April, 2003: preface.
- [7] 吴信训 《世界大众传播新潮》,四川人民出版 社,1994: 年,29页。
- [8] 吴信训 《"新媒介研究"课程讲稿》,2007 年。转引自:吴信训主编,《世界传媒产业评 论》,2008(1),6页。
- [9] 肖泉 《对数字新媒体发展的一点思考》,《视 听界》2004 (5)。
- [10] 熊澄宇 《在中国网络媒体论坛上的发言》, www.cetv.com, 2003-06-18。

- [11] 蒋宏、徐剑主编 《新媒体导论》,上海交通 大学出版社,2006年,14页。
- [12] 转引自 David Croteau, William Hoynes. Media Society: Industries, Images and Audiences. Pine Forge Press, 2003: 322.
- [13] Terry Flew. New Media: An Introduction. Oxford University Press, 2002: 13.
- [14] David Croteau , William Hoynes. Media Society: Industries , Images and Audiences. Pine Forge Press , 2003: 311.
- [15] 参见 G. Gumpert & S. Drucker. "Models, metaphors, and other scholarly meanderings: renovating models of communication", *New Jersey Jour*nal of Communication (Vol. 7), 1999: 9-22.
- [16] 参见 L. A. Lievrouw & B. D. Ruben. "Introduction to Part I: theories of mediation—views of the communication process", in Mediation, Information and Communication: Information and Behavior (Vol. 3), 1990: 3-7.
- [17] 参见 G. F. Kline, P. J. Tichenor eds. Current Perspectives in Mass Communication Research.
 CA: Sage, 1972: 95 120.—E. Parker.
 "Technological change and the mass media".
 Handbook of Communication, eds. I. Pool, W. Schramm, F. Frey etc. Chicago: Rand McNallypp: 619 645.—F. Williams, R. E. Rogers. Research Methods and the New Media. New York: Free Press, 1988. 等。
- [18] 参见 K. M. Reardon, E. M. Rogers. "Interpersonal versus mass media communication: a false dichotomy", *Human Communication Research*, 1988 (5): 284-303.
- [19] S. Livingstone. "The challenge of changing audiences: or , what is the audience researcher to do in the internet age?" . European Journal of Communication , 2004 (19): 75 – 86.
- [20] 埃弗雷特・M. 罗杰斯,辛欣译 《创新的扩 散》,中央编译出版社,2002年。
- [21] 转引自阿芒・马特拉、米切尔・马特拉,孙 五三译 《传播学简史》,中国人民大学出版 社,2008年,102-04页。
- [22] A. Gray. "Audience and reception research in retrospect: the trouble with audiences". Rethinking the Media Audience. Ed. P. Alasuutari, London: Sage, 1999: 22 – 37.
- [23] N. Abercrombie , B. Longhurst. Audiences: A Sociological Theory of Performance and Imagina—

- tion. London: Sage, 1998.
- [24] 理论的发展可参见: P. R. Monge, N. S. Contractor. Theories of Communication Networks. Oxford and New York: Oxford University Press, 2003.
- [25] 参见: E. Katz, J. G. Blumler, M. Gurevitch. "Uses of mass communication by the individual", Mass Communication Research: Major Issues and Future Directions. New York: Praeger, 1974: 11 - 35. - D. McQuail. McQuail' s Mass Communication Theory (5th ed.), London: Sage, 2005.
- [26] 阿芒·马特拉、米切尔·马特拉,孙五三译: 《传播学简史》,中国人民大学出版社,2008 年,98页。
- [27] 斯蒂文·小约翰,陈德民等译 《传播理论》, 中国社会科学出版社,1999年。
- [28] J. G. Blumler. "The role of theory in uses and gratifications studies". Communication Research, 1979 (6): 9-36.
- [29] 转引自阿芒·马特拉、米切尔·马特拉,孙 五三译 《传播学简史》,中国人民大学出版 社,2008年,117-18页。
- [30] 参见阿芒・马特拉、米切尔・马特拉, 孙五 三译 《传播学简史》,中国人民大学出版社, 2008年,83-84页。
- [31] R. L. Daft, R. H. Lengel. "Organizational information requirements, media richness, and structural determinants" . Management Science , 1986 (32): 554 - 71.
- [32] J. R. Carlson, R. W. Zmud. "Channel expansion theory and the experimental nature of media richness perceptions" . Academy of Management Journal, 1999 (42): 153 - 70.
- [33] 如: E. M. Perse. "Audience selectivity and involvement in the newer media environment", Communication Research , 1990 (17): 675 – 97.
- [34] 如: E. M. Perse, D. G. Dunn. "The utility of home computers and media use: implications of multimedia and connectivity" . Journal of Broadcasting & Electronic Media, 1998 (42): 435 - 56.
- [35] 如: B. K. Kaye, T. J. Johnson. "Online and in the know: uses and gratifications of the web for political information". Journal of Broadcasting & Electronic Media, 2002 (46): 54-71.
- [36] 如: K. Hampton, B. Wellman. "Netville online and offline: observing and surveying a wired sub-

- urb ". American Behavioral Scientist , 1999 (43): 475 - 92.
- [37] 可参见 R. Silverston. "The sociology of mediation and communication ". eds. C. Calhoun, C. Rojek , B. S. Turner. The Sage Handbook of Sociology. CA: London and Thousand Oaks, 2005: 188 - 207. - R. Silverston. "Domesticating domestication: reflections on the life of a concept ". eds. T. Berker, M. Hartmann, Y. Punie , K. J. Ward. The Domestication of Media and Technology. Maidenhead: Open University Press, 2006: 229 - 48.
- [38] 参见 C. R. Scott. A whole hearted effort to get it half right: Predicting the future of communication technology scholarship. Journal of Computer - Mediated Communication, 2009 (3): 753-57.
- [39] J. Steuer. "Defining virtual reality: dimensions determining telepresence". Journal of Communication, 1992 (42): 73-93.
- [40] J. E. Katz, M. Aakhus. Perpetual Contact: Mobile Communication , Private Talk , Public Performance. Cambridge University Press, 2002.
- [41] J. B. Walther. "Interpersonal effects in computer - mediated interaction: A relational perspective". Communication Research, 1992 (19): 52 - 90.
- [42] J. B. Walther. "Computer mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction". Communication Research 1996: 1 - 43.
- [43] R. Spears, M. Lea. "Social influence and the influence of the 'social' in computer - mediated communication". In M. Lea ed. Contexts of Computer - Mediated Communication, London: Harbester - Wheatsheaf Press: 30 - 65.
- [44] G. DeSanctis, M. S. Poole. "Capturing the complexity in advanced technology use: Adaptive structuration theory". Organization Science 1994 (5): 121 - 47.
- [45] M. Castells. The Rise of the Network Society. New York: Blackwell, 1996.
- [46] P. R. Monge, N. S. Contractor. Theories of Communication Networks. New York: Oxford University Press, 2003.
- [47] B. Latour. Reassembling the Social: An Introduction to Actor - Network - Theory. Oxford: Oxford University Press, 2005.

- [48] 如: P. Boczkowski. Digitizing the News. Cambridge: MIT Press, 2004.
- [49] 如: Leah A Lievrouw, Professor Sonia Livingstone eds. New Media. New York: Sage, 2009. —Paul Levinson. New New Media. —Allyn & Bacon Press, 2009. - John V. Pavlik, Shawn Mcintosh. Converging Media: A New Introduction to Mass Communication, Oxford University Press. 2010. 等。
- [50] 如: Jim Stern. Social Media Metrics. Wiley, 2010. -Brian Halligan , Dharmesh Shah. Inbound Marketing: Get found using Google, Social Media and Bolgs. Wiley , 2009. - Jamie Turner. How to Make Money with Social Media. FT, 2010. 等。
- [51] 如: Edward A. Shanken. Art and Electronic Media. Phaidon , 2009. —Beryl Graham Beryl Graham and Sarah Cook. Rethinking Curating: Art after New Media. MIT, 2010. 等。
- [52] 如: John Allen Hendricks. Twenty First Century Media Industry. Lexington Books Publishing, 2010. - David Meerman Scott. The New Rules of Marketing and PR. Wiley, 2010. 等。
- [53] 如: Andoni Alonso, Pedro J. Oiarzabal eds. Disporas in the New Media Age. Nevada University Press, 2010. —Cristina Venegas. Digital Dilemmas. Rutgers University Press, 2010. 等。
- [54] 如: 巴尔、艾梅里,张学信译 《新媒体》, 商务印书馆,2005年,帕夫力克,张军芳译: 《新闻业与新媒介》,新华出版社,2005 年,等。
- [55] 如尹韵公主编 《中国新媒体发展报告》, 社 会科学文献出版社,2010年,吴信训《新 媒体与传媒经济》,上海三联书店,2008年, 陆地、高菲 《新媒体的强制性传播研究》, 人民出版社,2010年等。

- [56] 如 "传媒经济•中国'、"中华传媒学术网" 等等。
- [57] 富田信男、曲翰章 《新媒介和决策过程》, 载《国外社会科学》1986年第5期。
- [58] 参见赵凯、丁法章、黄芝晓主编 《二十世纪 中国社会科学——新闻学卷》, 上海人民出版 社,2005年,172页。
- [59] 吴信训 《世界大众传播新潮》,四川人民出 版社,1994年版。该书中的两部分"时髦西 方传播界的新媒介"和"新媒介在生活中的 应用"分别载于《新闻界》1994年第1期和 第2期。
- [60] 参见吴信训、张咏华、沈荟主编 《国际新闻 传播名校镜鉴》,上海三联书店,2010年, 84-85页。
- [61] 参见王建磊 《密苏里大学新闻学院媒体融合 教育考察记》,《新闻记者》2010(6)。
- [62] 参见吴信训、张咏华、沈荟主编 《国际新闻 传播名校镜鉴》,上海三联书店,2010年, 219页。
- [63] 参见吴信训、张咏华、沈荟主编 《国际新闻 传播名校镜鉴》,上海三联书店,2010年,
- [64] 参见吴信训、张咏华、沈荟主编 《国际新闻 传播名校镜鉴》,上海三联书店,2010年, 345-46 页。
- [65] 如印度的新媒介与新闻学研究所, http:// www. iijnm. org/, 爱尔兰的新媒介研究所, http: //www. tnmi. net/index. htm 等。
- [66] 廖政军 《走向纵深的"印度硅谷"》,《人民 日报》2010年8月24日。
- [67] 吴信训 《世界新闻传播教育百年流变》,吴 信训、张咏华、沈荟主编,《国际新闻传播名 校镜鉴》,上海三联书店,2010年,13页。

have no systematic studies of new media's social significance towards educated youth. Based on the survey of college students , who adopt and use the new media actively , this study carries out qualitative research method , combined with quantitative research to observe students' daily life. It focuses on new media's social significance to college students. The study shows that new media exists empowerment and scene production phenomenon , and that the new media is becoming a "Mobile Private Plots" for college students , and that students in the new media scene are "amused" subtly with strong resistance and autonomy.

28 Evolution and Trends of New Media Studies: an International Perspective

Wu Xiaokun and Wu Xinxun

New media studies have become a hot field and a common concern for many disciplines in all around the world. In consideration of the current big development of new media , this paper focuses on new media studies within and outside China. By systematically carding media studies theories , the paper reveals the turning points and theoretical interests of the new media studies , as well as its evolutionary way of disciplinary construction , by which the trends enlightened.

40 Undergraduate Students' Media Usage , Social Contact and Stereotypes of Nation

Liao Shengqing , Jingyang and Zhang Shuai

This paper applies empirical study methods to examine stereotype of nation and its potential impact factors among undergraduate students in Shanghai based on data analysis on the survey Undergraduate students' image and memory of China in Shanghai conducted by Fudan University's Precision Journalism Study Group. Results indicate a multitude of subjects holding positive attitudes toward their nation whether in individual level or group level. A significant statistic relationship is found between the formation of individual level el stereotype and factors such as gender , frequency of TV watching , time duration of radio listening , using of business news and social contact , in which , media usage imposes a positive effect on individual level stereotype formation , while social contact has a negative effect. Future study should analyze the relationship between individual cognition and social interaction to better understand dynamics of stereotype of nation.

51 State , National Space and Identity Construction: the Coverage of Yushu Earthquake by People's Daily

Han Sumei

The news report of People's Daily on Yushu earthquake not only reflects the propaganda discourse and media space but also embodies the integration of state and nations which